

Teure Pakete

Marktstudie von Sariva zur Kostensteuerung bei den Gemeinkosten

Knapp drei Viertel der deutschen Unternehmen sind der Meinung, dass sie in den Bereichen Logistik, Energie, Versicherungen, Telekommunikation (Gemeinkosten) nicht optimal aufgestellt sind und somit Geld sparen könnten. Fast genauso viele Firmen haben deshalb Kostenoptimierung als ein wichtiges Unternehmensziel definiert. Umso mehr erstaunt es, dass 40 Prozent der Befragten Unternehmen Erfolge beim Einsparen und Optimieren der Gemeinkosten in keiner Weise intern honorieren.

„Weder im Bonussystem noch bei der Bewertung der Mitarbeiter spielt dieser wichtige Faktor eine Rolle. In vielen Unternehmen fehlen einfach die Ressourcen, um diese als wichtig erkannten Einsparbereiche dann auch wirklich konsequent umzusetzen. Immer wieder werden Ziele ausgerufen, ggf. sogar Mitarbeiter mit den Aufgaben betraut, aber diese legen zu Recht ihren Fokus auf die Kernbereiche und können sich deshalb nicht intensiv genug um den Gemeinkostenbereich kümmern, um hier die gewünschten Ziele zu erreichen.“, sagt Diana Schramm, Geschäftsführerin von Sariva. Dies sind Ergebnisse der Marktstudie „Kostensteuerung im Bereich Gemeinkosten“ der Sariva GmbH unter 110 Geschäftsführern und Führungskräften der ersten und zweiten Managementebene.

Mehr als 70 Prozent der befragten Unternehmen versuchen, ihre Kosten in allen Bereichen zu optimieren. Gut 20 Prozent der Unternehmen, die Einsparziele vorgeben, planen eine Senkung der Gemeinkosten um zehn Prozent. 16 Prozent wollen 15 Prozent sparen, acht Prozent ein Viertel und vier Prozent sogar 30 Prozent. Obwohl solche konkreten Zielsetzungen definiert sind, verhandelt jedes fünfte Unternehmen nur alle zwei bis

fünf Jahre die Verträge mit C-Lieferanten. 16 Prozent tun dies jährlich, sechs Prozent alle ein bis zwei Jahre und zehn Prozent haben keinen festen Turnus für die Vertragsverhandlungen. Eine automatische Wiedervorlage für die Gemeinkosten haben nur knapp 30 Prozent der Firmen.

In der Hälfte der Unternehmen ist die jeweilige Fachabteilung dafür verantwortlich, die Geschäftsbeziehungen zu den C-Lieferanten zu optimieren. In 17 Prozent der Firmen sind dafür Vorstand beziehungsweise Geschäftsführung zuständig – und in nur vier Prozent das Controlling. Weniger als die Hälfte der Unternehmen macht Zielvorgaben für Einsparungen bei den Gemeinkosten. „Aber ohne konkrete, realistische Zielsetzungen, die eine genaue Marktkennntnis und damit einen hohen Zeitaufwand erfordern, wird meist nur wenig gespart. Ein großer Teil der Unternehmen lässt hier wertvolle Potenziale ungenutzt. Geht man von einer Kostenreduzierung von 100.000 Euro im Bereich der Gemeinkosten aus, ist es spannend zu überlegen, wie viel zusätzlicher Umsatz generiert werden müsste, um den gleichen Effekt beim Geschäftsergebnis zu erreichen“, so Diana Schramm.